

## ОТЗЫВ

научного руководителя о выпускной квалификационной работе Чжан Янсюзэ «Социально-экономические и социокультурные аспекты работы китайских интернет-магазинов на российском рынке», представленной по направлению 39.03.01 «Социология»

Выпускная квалификационная работа Чжан Янсюзэ посвящена актуальной для современной социологии проблеме – анализу закономерностей развития международной электронной коммерции. Еще относительно недавно подавляющее большинство покупок делалось россиянами в традиционных торговых учреждениях, т.е. в розничных магазинах, где происходил непосредственный физический обмен ценностями между продавцом и покупателем. Торговля по почте существовала давно, но была достаточно экзотична и в социологическом плане маргинальна – к этому способу прибегали лишь в тех случаях, когда искомый товар нельзя было купить «в лавке за углом». Однако за последнее десятилетие ситуация изменилась кардинально. Дело не только в том, что огромное количество наших соотечественников открыли для себя интернет-магазины как источник доступа к глобальному потребительскому рынку. Электронная коммерция стала реальной альтернативой в деле приобретения товаров повседневного спроса, да и вообще любых товаров, разрешенных к пересылке в почтовых отправлениях. Китайские интернет-магазины стали одним из лидеров российского рынка благодаря богатому предложению товаров по низким ценам, а также продуманной индивидуальной (на уровне отдельных продавцов) и кооперативной (на уровне платформ, таких как Али Экспресс) маркетинговой стратегии. Значительное число российских покупателей уже оценили возможности, преимущества, проблемы и риски покупки в китайских интернет магазинах.

ВКР Чжан Янсюзэ нацелена на познание механизмов успешной трансграничной электронной коммерции. Что мотивирует покупателей к приобретению товаров с доставкой из Китая? Каковы формальные и неформальные правила работы интернет-магазина на рынках других стран? В чем секрет успеха китайских торговых платформ на российском потребительском рынке? Вот вопросы, на которые пытается ответить Чжан Янсюзэ.

В работе концентрируется внимание на двух группах факторов, определяющих социальный контекст функционирования трансграничного интернет-магазина. Это социально-экономические и социокультурные факторы. К сожалению, в ходе исследования произошел явный перекося в сторону социально-экономического содержания электронной коммерции – социокультурные факторы оказались на втором плане. Это не

только вина исследователя – именно так расставлены приоритеты в современной глобальной бизнес-среде. Действительно, Али Экспресс и аналогичные интернет площадки привлекают россиян, прежде всего, выгодной ценой, особенно на фоне неумеренных appetites российских розничных продавцов. Но в реальности моменты межкультурной коммуникации также чрезвычайно важны – китайские продавцы часто выглядят гораздо дружелюбнее отечественных и открыты для коммуникации даже несмотря на то, что не владеют русским языком. И российский покупатель готов проявлять снисхождение и к уровню языка, и к уровню качества товаров не только потому что они дешевле. Китайские интернет-магазины сформировали альтернативную торговую среду, атмосфера которой привлекательная для многих покупателей так же как их привлекает атмосфера крупных торгово-развлекательных комплексов.

В целом, предпринятую попытку социологической рефлексии инновационного поля китайско-российской электронной коммерции можно считать удачной. Интересными являются результаты глубинных интервью, выполненных Чжан Янсюз с целью анализа потребительского опыта и сравнения моментов функционирования интернет-магазинов на внутреннем рынке Китая и международном рынке. Единственное, что вызывает сожаление - информантами интервью стали только китайские покупатели, хотя большинство из них имели опыт покупки в интернет-магазинах как в Китае, так и в России, что дало продуктивный материал для сравнения.

Работа Чжан Янсюз представляет собой самостоятельно выполненное, законченное исследование, посвященное актуальной проблеме и выполненное на уровне требований, предъявляемых к ВКР бакалавров, проходящих подготовку по направлению «Социология». Выпускная квалификационная работа Чжан Янсюз заслуживает отличной оценки, а ее автор – присвоения степени бакалавра социологии.

Научный руководитель

к.с.н., доцент кафедры прикладной  
и отраслевой социологии

Н.В.Соколов

